

Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Secara Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Usaha Kecil & Menengah (UKM)

Studi Pada Pelaku UKM Di Kabupaten Kebumen



Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Oleh:

MOH. FATKHUL MUJIB

C2A308015

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**

PERSETUJUAN PENELITIAN

Nama Penyusun : Moh. Fatkhul Mujib
Nomor Induk Mahasiswa : C2A308015
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor Yang
Berpengaruh Secara Langsung Dan
Tidak Langsung Terhadap Kinerja
Usaha Kecil & Menengah (UKM)
Studi Pada Pelaku UKM Di Kabupaten
Kebumen**

Dosen Pembimbing : Dr. Ahyar Yuniawan, S.E., M.Si.

Semarang, 31 Desember 2010

Dosen Pembimbing,

Dr. Ahyar Yuniawan, S.E., M.Si.
NIP. 19700617.199802.1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Moh. Fatkhul Mujib
Nomor Induk Mahasiswa : C2A308015
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Usulan Penelitian Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor Yang
Berpengaruh Secara Langsung Dan
Tidak Langsung Terhadap Kinerja
Usaha Kecil & Menengah (UKM)
Studi Pada Pelaku UKM Di Kabupaten
Kebumen**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 26 Januari 2011

Tim Penguji

1. Dr. Ahyar Yuniawan, S.E., M.Si. ()
2. Dra. Hj. Intan Ratnawati, M.Si. ()
3. Eisha Lataruva, S.E., M.M. ()

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Moh. Fatkhul Mujib, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Secara Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Usaha Kecil & Menengah (UKM) Studi Pada Pelaku UKM Di Kabupaten Kebumen**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, secara sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 31 Desember 2010

Yang membuat pernyataan,

Moh. Fatkhul Mujib

C2A308015

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji syukur kepada Alloh SWT atas rahmat, dan karunia-Nya sehingga skripsi ini terselesaikan. Sholawat serta salam tercurah kepada yang terkasih, Muhammad SAW.

Skripsi merupakan satu dari bagian-bagian proses pengembaraan dan berdialektika di arena kampus. Tentu saja proses tersebut bukan secara tiba-tiba berangkat dari sebuah wilayah yang kosong. Namun sesungguhnya berhubungan dengan seluruh rangkaian perjalanan studi yang dialami penulis dengan orang-orang yang berinteraksi dengan penulis. Dengan pertemuan (interaksi) itulah penulis termediasi untuk berproses, belajar. Mungkin skripsi ini tidak akan pernah ditulis andai saja tidak terdorong untuk mendiskusikan, menulis, dan menyelesaikannya. Oleh karenanya saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ahyar Yuniawan, SE, MSi dosen pembimbing yang sudah memberikan masukan, ide, gagasan, dan solusi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Dra. Hj. Intan Ratnawati, MSi dan Eisha Lataruva, SE, MM dosen penguji yang memberikan masukan atas kekurangan skripsi ini.
2. Drs. H. Mudji Rahardjo, SU dosen wali yang memberikan pengarahan selama studi. Dr. Suharnomo, SE, MSi. dosen yang selalu memberikan motivasi untuk selalu belajar.
3. Para pelaku Usaha Kecil & Menengah Kabupaten Kebumen.
4. Disperindagkop Kabupaten Kebumen, BAPEDA Kabupaten Kebumen, dan Kesbanglinmas Kabupaten Kebumen.
5. Kedua orang tuaku: Bapak dan Ibu. Kedua kakak-kakakku: Moh. Fatkhul Masykur dan Moh. Fatkhur Rofik. Kedua adik-adikku: Moh. Fatkhur Su'udi dan Farkhatul Muyas Saroh. Terima kasih atas fasilitas-fasilitas yang telah diberikan.
6. Teman-teman HMI komisariat FE UGM yang memberiku motivasi, ruang belajar, dan berdialektika: Wahyudi orang yang paling baik se-dunia, Agung, Septian trim's atas fasilitas modernnya, Fanani trim's sudah mau

mendiskusikan gender, Adib, Randi Kurniawan, Sita trim's sudah mau mendiskusikan skripsiku, Resty, Lizam, Mauliy trim's atas program Lisrel 8.80 *full version*, Libbie, Farida Sinambela, kak Fina, mba Ika, kak Ima. HMI cabang UGM: Ardian, Didin, Suryo Albar, Riza Murti, Junedi Hasan sang Kandidat Presma UGM, Wahyu Bung, Wijaya, mba Inna, Galih & Hisyam tim huru-hara Pemira, Umar Said, Kautsar, dan kawan-kawan komisiariat se-cabang UGM yang tidak mungkin kusebut satu persatu takut muncul kecemburuan. Dan, sahabat-sahabat Keluarga Mahasiswa Nahdlatul 'Ulama (KMNU).

7. Teman-teman Alifa. Bang Novan, Bang Deden Iskandar, Bang Muhammad Said Faturrohman, juragan Azis & juragan Rachmad DALIJO mentor arogansiku, Bang Nugroho, Uda Bardi Sabir, Bang Bustom, Bang Nashikin, Bang Haryo, Bang Arif, dan bang Koko trim's udah memberiku ruang diskusi skripsiku meskipun selalu dimentahkan.
8. Aktivis-aktivis UNDIP: Rusli Abdullah, Apung Widadi, Puput Bariadi, Abra, Rara, dkk. Angkatan 2008: Luthfan, Septian, Yoel, Sunarwi, Ninik, Hafni, Iwan, Izzah, Ela, Laksmi, Rika, Kukuh, Niken, dan Septian. Teman-teman KKN: Raka, Satya, Bella & Wulan, Hendi & Dhara, Dika, Dian, dan Icha.
9. Komunitas INAI: Ayib Rudi, Bowo, Nilo, Jay.
10. Teman-teman eks. DPM KM UGM: R. Edi Akbar Nugroho, Fadli Irawan, Edi Irawan, Agung Dharma, Hasibuan, Rizal Nasution, Andi Teknik, Dwijayanti Farmasi, Sandra Hukum, Sigit Geografi, Abet.
11. Wahyudi, Novan Anggun Subagio, M. Nafi Idris, dan Zulhaq Khomeini Siahaan. Terima kasih atas kesabarannya mau menjadi mentor sekripsiku dan konsultasi gratisnya.

Semarang, 31 Desember 2010

Moh. Fatkhul Mujib

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PENELITIAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4. Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori	11
2.2. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
3.2. Populasi dan Sampel.....	36
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	37
3.4. Metode Pengumpulan Data	38
3.5. Metode Analisis.....	39
3.6. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Penelitian	40
BAB IV HASIL DAN ANALISA DATA.....	41
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2. Analisis Data	46
4.3. Analisis Output Data.....	58
4.4. Uji Hipotesis.....	62

	4.5. Pembahasan.....	63
BAB V	PENUTUP	77
	5.1. Simpulan	77
	5.2. Keterbatasan	79
	5.3. Saran	79
	5.4. Implikasi Kebijakan.....	80
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kondisi Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Kebumen.....	2
Tabel 1.2	Perbandingan Kinerja antara pemilik/pengelola UKM berdasarkan Gender	5
Tabel 2.1	Kriteria Usaha Rumah Tangga, Kecil, Menengah, dan Besar	24
Tabel 3.1	Tahap penelitian	40
Tabel 4.1	Statistik deskriptif	42
Tabel 4.2	Statistik deskriptif laki-laki.....	42
Tabel 4.3	Statistik deskriptif perempuan	43
Tabel 4.4	Data statistik deskriptif item variabel berdasar gender	44
Tabel 4.5	T hitung.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model hubungan gender, nilai kewirausahaan, strategi, & kinerja usaha	31
Gambar 4.1 Model analisis jalur	47
Gambar 4.2 Hubungan linieritas antara strategi dan nilai kewirausahaan.....	48
Gambar 4.3 Hubungan linieritas antara kinerja usaha dan nilai strategi	49
Gambar 4.4 Hubungan linieritas antara kinerja usaha dan nilai nilai kewirausahaan	50
Gambar 4.5 Model analisis jalur	55
Gambar 4.6 Model analisis jalur	58

ABSTRACT

The theme of gender to be an interesting debate in the current era of gender equity. More interesting to discuss gender in the scope of small and medium enterprises (SME's). The purpose of this study wanted to know the entrepreneurship values and gender differences on strategy and business performance.

Variables used in this experiment were gender, the entrepreneurship values, strategy, and business performance. The method used analyze data of this study is Path Analysis. Samples taken as many as 305 samples from all SMEs in Kebumen district. This study model used Kotey's model of study in Ghana. Data type is crossectional from survey method.

The entrepreneurship values has a dominant influence directly to performance business and indirectly on business performance through strategy to performance business. Although the owner/manager business women have a lower entrepreneurship values than men but in practice, women have a higher performance level than men. Because women have the potential and advantages of doing business

Key words: *Entrepreneurship values, strategy, business performance*

ABSTRAKSI

Tema gender menjadi perbincangan yang menarik di era kesetaraan gender saat ini. Terlebih membicarakan gender dalam ruang lingkup Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gender dan nilai kewirausahaan terhadap strategi dan kinerja UKM.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah gender, nilai kewirausahaan, strategi, dan kinerja usaha. Metode yang digunakan untuk menganalisis data penelitian ini adalah Analisis Jalur (*path analysis*). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 305 sampel dari seluruh populasi UKM yang ada di Kabupaten Kebumen. Model yang digunakan dalam penelitian ini merupakan model yang digunakan oleh Boohene, *et.al.* (2008) dalam penelitiannya di Ghana. Data yang digunakan merupakan data *crosssectional* yang didapatkan melalui metode survei.

Nilai kewirausahaan mempunyai pengaruh secara langsung positif terhadap kinerja usaha dan pengaruh tidak langsung positif terhadap kinerja usaha melalui strategi. Meskipun pemilik/pengelola usaha perempuan memiliki nilai kewirausahaan yang lebih rendah dari pada laki-laki namun dalam prakteknya, perempuan memiliki tingkat kinerja yang lebih tinggi dari pada laki-laki. Sebab, perempuan memiliki potensi dan keunggulan dalam menjalankan usahanya.

Kata kunci: *Gender, Nilai Kewirausahaan, Strategi, dan Kinerja Usaha.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semenjak krisis ekonomi 1998 hingga krisis keuangan global kegiatan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mampu bertahan. Ekonom kerakyatan, pejuang reformasi, atau peneliti ekonomi dari Bank Dunia hampir bulat menyepakati bahwa usaha kecil dan menengah paling tahan terhadap guncangan krisis moneter. Mulyanto (2008) berpendapat roda ekonomi Indonesia bisa bergerak sedikit demi sedikit karena keberadaannya. Oleh karena itu, menurut Radhi (2008) dalam sistem ekonomi kerakyatan, pengembangan industri pedesaan melalui usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan langkah *strategic* dalam pembangunan ekonomi bangsa.

Data Biro Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2005 menunjukkan jumlah UKM di Indonesia mencapai 43,22 juta unit. Sektor UKM di Indonesia terbukti telah menyerap 79,6 juta tenaga kerja, mempunyai andil terhadap 19,94% nilai ekspor dan 55,67% PDB (Indarti, 2007). Tambunan (2002) menjelaskan bahwa dengan diberlakukannya otonomi daerah, UKM di daerah akan menghadapi suatu perubahan besar yang sangat berpengaruh terhadap iklim berusaha/persaingan di daerah. Kotey & Meredith, (1997) menjelaskan UKM berperan dalam menyediakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan melalui kesempatan berusaha, pengembangan daerah pedesaan, menyeimbangkan

pembangunan antar daerah serta (littunen, 2000) meningkatkan investasi dan mengembangkan jiwa kewirausahaan.

UKM di Kebumen merupakan industri yang masih tetap eksis karena kegiatan bidang ini tidak terpengaruh dengan adanya krisis. Hal ini dapat dilihat di beberapa sentra industri kecil masih tetap memproduksi seperti biasanya, dan bahkan diantaranya terdapat produk yang sangat meningkat bahkan pemasarannya ekspor, yaitu anyaman pandan (lihat Fatoni, 2009). Pada tahun 2008 tercatat terdapat 1.192 unit UKM yang dikelola pengusaha dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 12.700 tenaga kerja dengan nilai investasi yang tertanam sebesar 21,3 miliar.

Tabel 1.1: *Kondisi Usaha Kecil dan Menengah di Kab. Kebumen Tahun 2005-2010*

No	Uraian	Tahun					
		2005	2006	2007	2008	2009	2010
A	Industri						
1	Industri Besar	0	0	1	1	4	4
2	Industri Menengah	10	10	10	11	7	7
3	Industri Kecil	1192	1181	1182	1191	1201	-
4	Industri Rumah Tangga	35388	35151	35151	35099	35114	-
B	Perdagangan						
1	Pengusaha Besar	16	21	22	33	47	48
2	Pengusaha Menengah	571	615	676	676	676	707
3	Pengusaha Kecil	35331	35969	36460	36281	36261	36568

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Kebumen (dalam unit), (2009)

Pada tahun 2010 prediksi jumlah industri besar dan menengah akan tetap. Sedangkan industri kecil dan rumah tangga belum dapat diprediksi. Pada tahun 2010 pengusaha besar diprediksi naik sebanyak 31 orang. Sedangkan pengusaha

kecil diprediksi naik sejumlah 287 orang. Penambahan ini diprediksi dengan adanya pengajuan SIUP dagang kecil dan menengah masing-masing 287 dan 31 orang.

Bertambahnya unit-unit usaha kecil dan menengah tidak terlepas dari peran kewirausahaan pelaku UKM. Pengalaman di negara-negara maju menunjukkan bahwa UKM adalah sumber dari inovasi produksi dan teknologi, pertumbuhan jumlah wirausahawan yang kreatif dan inovatif dan penciptaan tenaga kerja terampil dan fleksibel dalam proses produksi untuk menghadapi perubahan permintaan pasar yang cepat (Tambunan, 2002).

Berkaitan dengan gender, UKM menurut Tambunan (2002) di Negara-negara berkembang/miskin, termasuk Indonesia, banyak perempuan melakukan kegiatan ekonomi di luar rumah seperti menjadi pedagang kecil, pemilik warung dan membantu suami mengelola usaha rumah tangga semata-mata untuk menambah pendapatan keluarga. Jumlah perempuan yang terlibat sebagai wirausaha di UKM, khususnya usaha kecil di Indonesia cukup signifikan, baik sebagai pemilik atau sebagai pimpinan usaha atau sebagai manajer bersama dalam suami. Berdasarkan data Kementerian Negara UKM dan Koperasi tahun 2008 jumlah pengusaha perempuan mencapai 23 juta unit pengusaha atau hampir 50% dari total UKM yang berjumlah 48 juta unit. Data BPS tahun 2008 juga menyebutkan angka yang hampir sama bahwa peningkatan perempuan sebagai pelaku UKM meningkat cukup signifikan, yaitu dari 40,79% pada tahun 2000 menjadi 60%-80% dari jumlah 46-49 juta pelaku UKM pada tahun 2008.

Dalam penelitian-penelitian psikologis menunjukan bahwa perempuan lebih bersedia untuk mematuhi wewenang dan laki-laki lebih agresif, dan kemungkinan lebih besar dari pada perempuan untuk memiliki harapan atas keberhasilan (Robbins, 2007). Boohene, *et.al.* (2008) menunjukan bahwa memang terdapat perbedaan nilai pribadi antara laki-laki dan perempuan yang mempengaruhi kinerja usaha bahwa pemilik/pengelola perempuan menunjukan nilai kinerja yang lebih rendah. Jenis kelamin pemilik/pengelola UKM memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja. Perempuan menunjukan kinerja yang lebih rendah dari pada laki-laki.

Namun dalam Jurnal *Pengkajian Koperasi dan UKM Nomor 1 Tahun I - 2006* menjelaskan bahwa perempuan berpotensi untuk melakukan berbagai kegiatan produktif yang menghasilkan dan dapat membantu ekonomi keluarga, dan lebih luas lagi ekonomi nasional. Perempuan sangat potensial dan memiliki kompetensi dalam pengembangan usaha kecil, menengah, maupun koperasi, baik perempuan tersebut sebagai pelaku bisnis, pengelola/pendamping, atau sebagai tenaga kerja. Tentu saja masih terus ditingkatkan kualitas dan profesionalismenya dengan peningkatan kemampuan dan keterampilannya.

Menurut survei yang dilakukan oleh *Asian Development Bank* (ADB) 2002 di Semarang dan Medan, bahwa usaha yang dipimpin oleh seorang perempuan atau oleh seorang perempuan dan laki-laki secara bersama akan lebih berhasil dari pada usaha yang hanya dipimpin oleh seorang laki-laki, sebesar 51 persen.

Tabel 1.2 : *Perbandingan Kinerja antara pemilik/pengelola UKM berdasarkan Gender Tahun 2001/2002*

Gender dari Manajer	Perempuan	Pasangan	Laki-laki
Usaha meningkat selama beberapa tahun terakhir	51%	51%	45%
Usaha menurun selama beberapa tahun belakangan	13%	19%	25%
Usaha akan meningkat dalam tahun-tahun mendatang	61%	60%	60%

Sumber: *ADB SME Development TA Tahun 2001/2002*

Kinerja usaha yang dilakukan oleh para pelaku UKM tidak terlepas dari strategi. Dalam buku-buku teori manajemen strategik pada umumnya sepakat bahwa strategi berperan terhadap kinerja usaha. Bahwa keputusan manajerial (strategi) menjadi salah satu penentu masa depan perusahaan (Muhammad, 2000). Pengaruh nilai kepribadian wirausaha terhadap prestasi perusahaan tidak hanya bersifat langsung tetapi juga secara tidak langsung, antara lain melalui penggunaan strategi fungsional (Suhairi, 2006).

Subanar (2001) berpendapat peran sang *Entrepreneur* atau wirausaha sangat mendominasi perilaku bisnis dan sangat menentukan arah masa depan bagi suatu usaha kecil dan menengah. Hodgetts dan Kuratko, 2001; Kickul dan Gundry, 2002 (dalam Boohene, et.al., 2008) menjelaskan bahwa nilai-nilai pribadi yang terkait dengan strategi proaktif, sering disebut sebagai nilai-nilai kewirausahaan. Menurut Blackman, 2003 (dalam Boohene, et.al., 2008) mengemukakan dalam literatur menunjukkan bahwa pemilik-manajer dengan nilai-nilai kewirausahaan yang mengadopsi strategi proaktif menunjukkan kinerja lebih kuat/baik dari pada mereka yang kurang nilai-nilai kewirausahaan dengan orientasi strategi reaktif.

Peran perempuan dalam kegiatan UKM dapat dikatakan belum berpartisipasi secara aktif. Menurut daftar perusahaan UKM yang terdaftar pada dinas Perindustrian Perdagangan & Koperasi (Perindagkop) Kabupaten Kebumen, porsi peran perempuan dalam pengelolaan dan kepemilikan UKM hanya sebesar 20%. Sedangkan sisanya 80% dimiliki dan dikelola oleh laki-laki dari total UKM yang terdaftar sebanyak 243 unit usaha. Dengan kata lain, potensi perempuan dalam melakukan perannya sebagai wirausaha di Kabupaten Kebumen belum signifikan.

Peran perempuan dalam menjalankan UKM di Kebumen sekitar 20-30 persen dari jumlah seluruh UKM yang ada di Kebumen. Awalnya, alasan perempuan melakukan kegiatan bisnis karena masih sebatas tanggung jawab pada kebutuhan keluarga. Motivasi perempuan dalam melakukan kegiatan bisnis lebih merupakan tekanan untuk menopang kebutuhan keluarga (Sutini Suderajat 2010, komunikasi personal 17 September).

Hal senada juga dijelaskan dalam rencana strategis dinas Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Masyarakat (KBPM) sebagai mitra dinas Disperindagkop Kabupaten Kebumen dalam menjalankan program pemberdayaan perempuan di sektor UKM bahwa salah satu masalah dalam agenda pembangunan, penanggulangan kemiskinan, dan kesejahteraan sosial adalah ketidaksetaraan dan keadilan gender. Laki-laki dan perempuan memiliki pengalaman kemiskinan yang berbeda. Dampak yang diakibatkan oleh kemiskinan terhadap kehidupan laki-laki juga berbeda dengan perempuan. Sumber dari permasalahan kemiskinan perempuan terletak pada budaya patriarki yang bekerja melalui pendekatan,

metodologi dan paradigma pembangunan. Sistem kebijakan pemerintahan telah meminggirkan perempuan melalui kebijakan, program dan lembaga yang tidak responsif gender.

1.2. Rumusan Masalah

Dari rumusan latar belakang diatas maka permasalahan yang terjadi pada UKM adalah perbedaan kinerja antara pemilik/pengelola laki-laki dengan perempuan. Demikian maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut;

1. Apakah gender mempengaruhi nilai kewirausahaan.
2. Apakah gender mempengaruhi dalam menjalankan strategi UKM.
3. Apakah gender mempengaruhi kinerja usaha.
4. Apakah nilai kewirausahaan mempengaruhi dalam pengambilan strategi.
5. Apakah nilai kewirausahaan mempengaruhi kinerja usaha.
6. Apakah strategi mempengaruhi kinerja usaha.

Penelitian ini bermaksud melihat dan menyelidiki pengaruh gender terhadap kinerja UKM dengan mencari pengaruh nilai-nilai kewirausahaan pemilik/pengelola usaha dan pengambilan strategi terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kebumen. Rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah:

- 1.2.1. Pengaruh gender terhadap nilai kewirausahaan.*
- 1.2.2. Pengaruh gender dalam menjalankan strategi UKM.*
- 1.2.3. Pengaruh gender terhadap kinerja UKM.*
- 1.2.4. Pengaruh nilai kewirausahaan terhadap penggunaan strategi.*

1.2.5. Pengaruh nilai kewirausahaan terhadap kinerja.

1.2.6. Pengaruh penerapan strategi terhadap kinerja.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh gender terhadap kinerja UKM di Kabupaten Kebumen dengan mengeksplorasi pengaruh nilai-nilai kewirausahaan dan strategi pemilik/pengelola UKM yang mereka terapkan terhadap kinerja usaha.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan akan memberikan beberapa manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu:

1.3.2.1. Pemerintahan

Bagi institusi pemerintah dapat memberikan formulasi kebijakan secara tepat kepada pelaku UKM berbasis gender. Sehingga basis ekonomi kerakyatan yang dijalankan oleh pelaku UKM dapat dijalankan dengan kompetitif.

1.3.2.2. Pelaku Bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Bagi pelaku bisnis penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi dalam rangka melakukan peningkatan kinerja usaha. Pelaku bisnis dapat memahami dapat mengetahui kondisi bisnis yang sedang mereka jalankan dengan melihat potensi yang ada.

1.3.2.3. Akademisi

Bagi kalangan akademisi, hasil penelitian ini dapat memperkaya wacana keilmuan di bidang manajemen sumber daya manusia.

1.4. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, model penelitian, tujuan penelitian, dan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Di akhir bab berisi sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab II berisi landasan teori yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab III berisi metodologi penelitian yang mencakup pengumpulan data dan penentuan sampel, pengukuran variabel penelitian, uji syarat analisis jalur, uji validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan, dan analisis jalur (*path analysis*).

BAB IV : HASIL DAN ANALISA DATA

Bab IV menguraikan hasil dan analisis data. Sebelum data dianalisis dengan metode analisis data yang telah ditetapkan. Bab IV diawali dengan statistik deskriptif yang dilakukan terhadap terhadap data

penelitian yang didapat. Setelah itu, data dianalisis dengan analisis jalur (*path analysis*).

BAB V : PENUTUP

Sebagai bab penutup, bab V berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, saran untuk penelitian yang akan datang, dan implikasi yang ditimbulkan dari penelitian ini.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Gender

Menurut Ritzer (2004) tampaknya tak terbantahkan bahwa gender seseorang – laki-laki atau perempuan – berbasis biologis. Orang dipandang sekedar menampilkan perilaku yang tumbuh dari tampilan biologis mereka. Jenis kelamin (*sexiness*) jelas merupakan capaian; orang butuh bertindak dan bicara dengan satu dan lain cara agar bisa terlihat “berjenis kelamin”. Naqiyah (2005) berpendapat bahwa istilah gender dipakai untuk pengertian jenis kelamin secara non-biologis, yaitu secara sosiologis dimana perempuan direkonstruksikan sebagai makhluk yang lemah lembut sedangkan laki-laki sebagai makhluk yang perkasa. Hal yang sama juga dijelaskan bahwa gender adalah perbedaan peran, perilaku, perangai laki-laki dan perempuan oleh budaya/masyarakat melalui interpretasi terhadap perbedaan biologis laki-laki dan perempuan. Jadi gender, tidak diperoleh sejak lahir tapi dikenal melalui proses belajar (sosialisasi) dari masa anak-anak hingga dewasa.

Dalam *Perempuan dalam kemelut Gender* (2002) dijelaskan bahwa setiap masyarakat mengembangkan identitas gender yang berbeda, tetapi kebanyakan masyarakat membedakan laki-laki dan perempuan dengan maskulin dan feminim. Maskulin identik dengan keperkasaan, bergelut di

sektor publik, jantan, agresif. Sedangkan feminim identik dengan lemah lembut, berkulat di sektor domestik (rumah), pesolek, pasif, dan lemah. Fakih (1996) mengemukakan konsep gender yakni suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki dan perempuan yang dikonstruksikan secara sosial maupun kultural. Misalnya, bahwa perempuan itu dikenal dengan lemah lembut, cantik, emosional, atau keibuan. Sementara laki-laki dianggap kuat, rasional, jantan, dan perkasa.

Menurut Naqiyah (2005) perempuan adalah manusia yang mempunyai potensi untuk tumbuh dan berkembang. Sebagai manusia ia lahir dengan naluri untuk sukses dan terus maju dalam kehidupan yang ditempuhnya. Posisi perempuan yang selama ini menjadi nomor dua (*women is second sex*) akan mengebiri dan menindas perempuan. Secara sosiokultural, perempuan dibatasi oleh budaya patriarkat yang kukuh dan tidak mudah merobohkannya.

Naqiyah (2005) menjelaskan bahwa secara ideal, perempuan menginginkan keadilan dan persamaan peran pada segala dimensi kesehariannya, seperti politik, ekonomi, dan sosial. Harapan itu sepertinya hanya sebatas mimpi yang sulit diwujudkan. Pada dimensi sosial, perempuan sering kali tersubordinasi oleh realitas yang meminggirkan perannya di wilayah publik. Ketidaksetaraan muncul di permukaan masyarakat tatkala perempuan menikah dan harus mengerjakan pekerjaan domestik, serta pengabaikan peran publik. Bahkan pada kasus pernikahan dini, perempuan tidak memiliki kecakapan hidup (*life skill*) yang memadai

untuk berperan aktif pada tataran relasi sosial. Banyaknya perempuan berpendidikan rendah menambah problem pengangguran kerja karena potensinya tenggelam oleh keterbatasan yang memasung kreativitasnya. Pasungan itu bisa diciptakan oleh dirinya atau muncul dari proteksi orang dekatnya. Seperti, *masochisme* adalah bentuk menyakiti diri sendiri agar memperoleh kesenangan. Posisi perempuan menjadi tertekan dengan mengandalkan sifat cinta secara berlebihan dan mengorbankan banyak waktu untuk merenungi, merefleksi, dan melarutkan diri pada kesadaran pasif.

Budaya di masyarakat desa memandang perempuan sebagai orang kelas dua, maka prioritas utama pendidikan diberikan sepenuhnya kepada anak laki-laki untuk melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi. Karakter masyarakat yang terpinggirkan akan mudah kehilangan semangat berjuang (*unconsciousness motivation*) untuk memperbaiki kualitas hidupnya (Naqiyah, 2005).

Mulyanto (2006) mengemukakan bahwa dalam kehidupan masyarakat Asia Tenggara, perempuan adalah penguasa dapur. Artinya, perempuan menguasai pengelolaan keuangan, redistribusi pendapatan, dan alokasi konsumsi. Latar sosial-budaya inilah yang bisa menjawab pertanyaan mengenai hubungan perempuan dengan usaha kecil. Keterlibatan perempuan dalam usaha kecil didorong oleh beragam alasan. Djamal (2000) menemukan bahwa 80 persen perempuan yang disurveinya beralasan membantu suami dan rumah tangga. Sing, dkk., 2000

menemukan bahwa lebih dari 56 persen menyebutkan memperoleh pendapatan tambahan sebagai alasan memasuki usaha kecil, dan selebihnya menjawab ingin mandiri. Van Velzen, 1990 menyatakan Warisan dari orang tua juga alasan yang melatari keterlibatan perempuan (dikutip oleh Mulyanto, 2006).

Mulyanto (2006) mengatakan gender dan kegiatan usaha seringkali tidak bisa diabaikan keterkaitannya. Beberapa jenis usaha sangat beraroma gender. Tambunan (2006) menjelaskan ada perbedaan antara pengusaha perempuan dan pengusaha laki-laki, yang ditentukan terutama oleh budaya dan aspek-aspek yang menyentuh seperti penilaian sosial/masyarakat umum terhadap perempuan karier, beban rangkap (sebagai ibu rumah tangga dan pelaku bisnis) dan keterbatasan mobilitas. Misalnya, menurut Abbott, Cieri, dan Iverson (1998) dalam Harsiwi (2007) menjelaskan meski konflik pekerjaan dan keluarga disadari masalah bagi kaum pria maupun wanita, namun masalah tersebut tetap saja memberikan tanggung jawab tambahan bagi wanita yang memiliki keluarga dan bekerja. Seorang wanita profesional yang telah menikah dan memiliki status karier yang sama dengan suaminya, tetap menghadapi pola tradisional yang tidak seimbang dalam tugas menjaga anak dan pekerjaan rumah tangga sehari-hari seperti yang dikutip oleh Vinokur, pierce, dan Buck, 1999 dalam Harsiwi (2007).

Dari uraian diatas bahwa perempuan terhambat oleh struktur-struktur sosial dalam penciptaan dan pengelolaan bisnis mereka. Jelas,

lingkungan budaya, ekonomi, dan sosial memiliki pengaruh pada nilai-nilai kewirausahaan antara pemilik/pengelola UKM yang kemudian berimplikasi pada kinerja usaha mereka.

Naqiyah (2005) namun, perempuan bisa saja berperan pada sektor kerja yang didominasi laki-laki, seperti berhubungan dengan mesin, kalau ia memang kapabel di dalam bidangnya. Seiring dengan nyanyian pembebasan yang terus didengungkan dan ditabuhnya beduk persaingan yang sehat memerlukan upaya lebih serius dari perempuan.

2.1.2. Nilai Kewirausahaan

Robbins (2007) menjelaskan dalam menjalankan bisnis, nilai mengandung unsur pertimbangan yang mengembangkan gagasan-gagasan seorang pribadi atau sosial lebih dipilih dibandingkan dengan bentuk perilaku atau bentuk akhir keberadaan perlawanan atau kebaikan. Nilai penting untuk dipelajari perilaku organisasi karena nilai menjadi dasar untuk memahami sikap dan motivasi serta karena nilai mempengaruhi persepsi kita.

Menurut Suhairi (2006) salah satu sumber yang unik yang dimiliki sebuah perusahaan skala kecil dan menengah adalah nilai kepribadian seseorang wirausaha, yakni nilai-nilai kepribadian yang melekat pada diri seseorang pemilik yang sekaligus juga pimpinan dari sebuah perusahaan. Pada umumnya nilai yang dianut dalam menjalankan bisnis adalah nilai-nilai kewirausahaan. Suryana, (2006) menjelaskan bahwa kewirausahaan

(*entrepreneurship*) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Menurutnya, proses kreatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kepribadian kreatif dan inovatif, yaitu orang yang memiliki jiwa, sikap, dan perilaku kewirausahaan, dengan ciri-ciri; (1) penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab; (2) memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif; (3) memiliki motif berprestasi, indikatornya terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan ke depan; (4) memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak; (5) berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan (oleh karena itu menyukai tantangan).

Sukirno (2006) menjelaskan definisi kewirausahaan dalam aspek psikologi, yakni sifat kewirausahaan dikaitkan dengan perilaku diri yang lebih cenderung kepada fokus dari dalam diri (dimana keberhasilan dicapai dari hasil kekuatan dan usaha sendiri, bukan karena faktor nasib). Ini termasuk sifat-sifat pribadi seperti tekun, rajin, inovatif, kreatif, dan semangat yang terus menerus berkembang untuk bersikap independen.

Berbagai hasil penelitian antara lain yang dilakukan oleh Departemen Koperasi dan UKM tahun 1996 menyebutkan bahwa kewirausahaan merupakan kunci dari keberhasilan UKM. Keberhasilan UKM sukses ternyata tidak hanya karena keahlian yang dimiliki, tetapi

juga dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain jiwa kewirausahaan dan kreativitas individual yang melahirkan inovasi (Budiretnowati, 2008).

Perusahaan kecil tidak dapat dipisahkan dengan kewirausahaan. Kegiatan seorang wirausaha sering dikaitkan dengan perusahaan kecil, dan hal itu disebabkan karena ciri yang ada pada seorang wirausahawan yang dikatakan tidak dapat bekerja di dalam organisasi besar (Sukirno, 2006).

Afiah (2009) menjelaskan bahwa salah satu program peningkatan kapabilitas UKM yang sering dilaksanakan dalam rangka peningkatan kemampuan SDM adalah pengembangan kewirausahaan pengusaha UKM. Pengembangan kewirausahaan bertujuan untuk meningkatkan kemandirian usaha, kemampuan bisnis, dan jiwa kepemimpinan dalam sektor UKM, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan kualitas operasional UKM.

Hall dan Kelly, Haar dan Moini, (dikutip oleh Tambunan, 2002) menjelaskan sejumlah studi menemukan bahwa sikap, nilai, persepsi mengenai resiko, belajar terus menerus, keahlian manajerial, pemasaran dan dalam proses produksi (termasuk teknologi), ketersediaan sumber daya produksi (termasuk keuangan), penyesuaian terhadap struktur organisasi, dan ketersediaan informasi dan penggunaannya yang efektif, merupakan faktor-faktor internal yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keberhasilan ekspor.

2.1.3. Strategi

Alwi (2001) berpendapat bahwa banyak variasi mengenai definisi strategi dalam manajemen strategis jika dilihat dari fokusnya. Tetapi intinya adalah sama yaitu strategi adalah rencana. Strategi menurut James (dalam Alwi, 2001) merupakan pola atau rencana yang menintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan, urutan-urutan aksi ke dalam keseluruhan yang saling terkait. Menurut Handoyo (2001) strategi adalah tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mencapai kinerja yang diharapkan.

Menurut Glueck & Jauch (1992), strategi adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran). Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Menurut Strickland (dalam Winardi, 2004) strategi organisasi terdiri dari tindakan-tindakan dan pendekatan-pendekatan bisnis, yang diterapkan oleh pihak manajemen guna mencapai kinerja keorganisasian yang ditetapkan sebelumnya. Siagian (2000) menjelaskan bahwa dalam membahas tahap implementasi suatu strategi pada dasarnya menyoroti tiga tahap yang sangat penting, yaitu:

- a. Mengidentifikasi sasaran tahunan yang berperan sebagai “pemandu” dalam proses implementasi karena merupakan rincian sasaran jangka pendek yang spesifik diangkat dari sasaran jangka panjang.
- b. Merumuskan strategi dalam berbagai bidang fungsional yang merupakan terjemahan strategi dasar pada tingkat satuan bisnis yang dikelola menjadi rencana bagi bagian-bagian satuan bisnis yang bersangkutan.
- c. Merumuskan dan mengkomunikasikan berbagai kebijaksanaan untuk digunakan sebagai penuntun bagi para manajer operasional beserta para bawahannya dalam pengambilan berbagai keputusan operasional dalam rangka implementasi berbagai strategi yang telah ditetapkan oleh manajemen pada tingkat yang lebih tinggi.

Menurut McCarthy (2003) menjelaskan strategi tidak terlalu formal dalam perusahaan-perusahaan kecil yang berasal dari pemilik/pengelola sebagai kunci pembuat keputusan. Schindehutte dan Morris (2001) menjelaskan bahwa karena perusahaan kecil biasanya tidak memiliki pernyataan tertulis dalam pembuatan strategi, strategi mereka disimpulkan dari pola perkembangan perilaku pemilik/pengelola dan alokasi sumber daya. Karena perusahaan kecil biasanya tidak memiliki pernyataan strategi secara tertulis, strategi mereka disimpulkan dari pola perkembangan perilaku pemilik/pengelola dan alokasi sumber daya (dalam Boohene, *et al.* 2008).

Umumnya, menurut Glueck & Jauch (1992) dalam usaha kecil atau bisnis yang memfokuskan diri pada satu produk atau jenis layanan, maka strategi “tingkat perusahaan” melayani keseluruhan perusahaan. Strategi ini dilaksanakan di tingkat yang lebih bawah, berupa strategi fungsional. Menurut Siagian (2000) strategi berbagai bidang fungsional lebih memperjelas makna dan hakikat suatu strategi dasar dengan identifikasi rincian yang sifatnya spesifik tentang bagaimana para manajer harus mengelola bidang-bidang fungsional tertentu di masa yang akan datang. Dengan kata lain, strategi berbagai bidang fungsional sesungguhnya merupakan terjemahan pemikiran – dalam hal ini strategi dasar - kepada berbagai tindakan yang diarahkan kepada pencapaian berbagai sasaran tahunan melalui pengorganisasian dan penyelenggaraan aktivitas operasional sehari-hari dari seluruh komponen dan unsur organisasi yang bersangkutan.

Oleh karenanya, Siagian (2000) berpendapat bahwa tidak ada pilihan lain bagi manajemen kecuali mengembangkan berbagai strategi fungsional dengan memberikan perhatian utama pada bidang-bidang fungsional yang penting seperti, strategi pemasaran, keuangan, produksi, penelitian, dan pengembangan sumber daya manusia.

Menurut Miles & Snow, 1978 (dalam Darmawan, 2004) bahwa pengusaha kecil dan menengah (UKM) penting memahami tipe strategi yang dipandang mampu meningkatkan kinerja usahanya dalam menghadapi situasi yang penuh ketidakpastian. Berdasarkan beberapa

penelitian di luar negeri, ditemukan banyak faktor yang bisa menghubungkan kesuksesan UKM dengan Tipologi Strategi Miles dan Snow, yang terdiri dari empat tipe strategi, antara lain : strategi *prospektor*, *defender*, *analyzer*, dan *reaktor*. Berikutnya keempat tipe strategi ini bisa dikelompokkan lagi menjadi dua yaitu: strategi reaktif dan proaktif.

Selanjutnya dikatakan oleh Stricland (1996) strategi suatu perusahaan, secara tipikal merupakan bauran yang terdiri dari: (1) tindakan-tindakan yang dilaksanakan secara sadar dan yang ditujukan ke arah sasaran tertentu; (2) tindakan-tindakan yang diperlukan guna menghadapi perkembangan-perkembangan yang tidak diantisipasi, dan karena tekanan-tekanan kompetitif yang dilancarkan. Perlu diingatkan bahwa strategi memiliki sifat proaktif (diintensi) dan reaktif (adaptif) (dalam Winardi, 2005).

Menurut Miller dan Friesen, 1978 (dalam Handoyo, 2001) memberikan istilah proaktif bagi perusahaan yang membentuk pasar dengan memperkenalkan produk baru, teknologi baru, teknik administrasi baru, dan perusahaan yang reaktif bagi perusahaan melakukan respon, reaksi atau tindakan bilamana pesaing melakukan tindakan.

2.1.4. Kinerja Usaha

Madura (2001) menjelaskan bahwa kinerja bisnis dilihat dari sudut pemilik usaha yang menanamkan modalnya pada suatu perusahaan

memusatkan diri pada dua kriteria untuk mengukur kinerja perusahaan: 1) imbalan atas penanaman modalnya dan 2) risiko dari penanaman modal mereka. Karena strategi bisnis yang harus dilaksanakan oleh manajer harus ditujukan untuk memuaskan pemilik bisnis. Para manajer harus menentukan bagaimana strategi bisnis yang bermacam-macam akan mempengaruhi imbalan atas penanaman modal perusahaan dan risikonya.

Menurut Mulyadi (1997) informasi akuntansi yang dipakai sebagai ukuran kinerja manajer pusat pendapatan adalah pendapatan. Sedangkan informasi yang dipakai sebagai ukuran kinerja manajer pusat adalah biaya.

Begitu pun dengan pusat laba. Pusat laba adalah pusat pertanggungjawaban yang manajernya diberi wewenang untuk mengendalikan pendapatan dan biaya pusat pertanggungjawaban tersebut. Karena laba, yang merupakan selisih antara pendapatan dan biaya, tidak dapat berdiri sendiri sebagai ukuran kinerja pusat laba, maka laba perlu dihubungkan dengan investasi yang menghasilkan laba tersebut. Umumnya, mengukur kinerja pusat laba digunakan dua ukuran yang menghubungkan laba yang diperoleh pusat laba dengan pusat investasi yang digunakan untuk menghasilkan laba: *Return On Investment* (ROI) dan *Residual Income* (RI). Ukuran yang lain dapat digunakan untuk mengukur kinerja manajer pusat laba adalah produktivitas.

Mulyadi (1997) menjelaskan bahwa organisasi pada dasarnya dijalankan oleh manusia, maka penilaian kinerja sesungguhnya merupakan penilaian atas perilaku manusia dalam menjalankan peran yang mereka

mainkan di dalam organisasi. Menurut Wibisono (2006) evaluasi kinerja merupakan penilaian kinerja yang diperbandingkan dengan rencana atau standar-standar yang telah disepakati. Marconi & Siegel (dalam Mulyadi, 1997) berpendapat penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi, dan karyawannya berdasarkan sasaran, standard, dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

2.1.5. Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Definisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai batasan yang bervariasi. Dinas Perindustrian dan Koperasi (Disperindagkop) Kabupaten Kebumen sampai saat ini masih menggunakan UU No. 9 tahun 1995 sebagai acuan dalam mengkasifikasikan Usaha Kecil Menengah.

Berdasarkan UU No. 9 tahun 1995, usaha kecil dan menengah memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1 miliar.
- c. Milik Warga Negara Indonesia (WNI)
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai usaha besar.
- e. Bentuk usaha orang per orang, badan usaha berbadan hukum/tidak, termasuk koperasi.

- f. Untuk sektor industri, memiliki total aset maksimal Rp 5 miliar.
- g. Untuk sektor non industri, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 600 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), atau memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 3 miliar pada usaha yang dibiayai.

Standard yang digunakan dinas Perindagkop Kabupaten Kebumen mengklasifikasikan UKM sesuai UU No 9 Tahun 1995 yang berdasarkan investasi perusahaan. Investasi tersebut sebagai berikut:

Tabel 2.1 : *Kriteria Usaha Rumah Tangga, Kecil, Menengah, dan Besar*

Kelompok Usaha	Kriteria
Usaha Rumah Tangga	: < 5 juta
Usaha Kecil	: 5 – 200 juta
Usaha Menengah	: 201 juta – 1 milyar
Usaha Besar	: > 1 milyar

Sumber: *Depkumham, (2008)*

2.2. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam perekonomian nasional. Dalam konteks otonomi daerah, UKM merupakan ujung tombak dalam menjalankan perekonomian daerah. Maka penelitian ini menjadi penting dengan mempersoalkan antara pengaruh gender dan nilai kewirausahaan, dalam mempengaruhi strategi dan kinerja UKM.

2.2.1. Hubungan Gender dengan Nilai Kewirausahaan

Dalam *Perempuan dalam kemelut Gender*, (2002) menjelaskan bahwa setiap masyarakat mengembangkan identitas gender yang berbeda, tetapi kebanyakan masyarakat membedakan laki-laki dan perempuan

dengan maskulin dan feminim. Maskulin identik dengan keperkasaan, bergelut di sektor publik, jantan, dan agresif.

Menurut Hodgetts dan Kuratko (2001); Kickul dan Gundry (2002) dan Schein (1973) nilai-nilai kewirausahaan merupakan prasyarat yang sangat berhubungan dengan maskulinitas. Nilai-nilai tersebut yaitu, kreativitas, pengambilan resiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan (dalam Boohene, *et al.* 2008). Sebaliknya, dalam *Perempuan dalam kemelut Gender* (2002) feminim identik dengan lemah lembut, berkutat di sektor domestik (rumah), pesolek, pasif, dan lemah. Artinya, perempuan kurang identik dengan nilai-nilai kewirausahaan dan mempengaruhi nilai kewirausahaan yang dianut perempuan lebih rendah dari pada laki-laki.

Berdasarkan permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁. Pemilik/pengelola UKM perempuan menunjukkan nilai-nilai kewirausahaan lebih rendah dibandingkan dengan pemilik/pengelola UKM laki-laki.

2.2.2. Hubungan Gender dengan Strategi

Menurut Kotey (2008) bahwa pemilik-manajer perempuan berperilaku berbeda dengan pemilik-manajer laki-laki dan kemudian

beberapa faktor unik perempuan mempengaruhi strategi yang mereka lakukan dan akhirnya mempengaruhi kinerja usaha mereka.

Robbins (2007) penelitian-penelitian psikologis menunjukan bahwa wanita lebih bersedia untuk mematuhi wewenang dan pria lebih agresif dan kemungkinan lebih besar dari pada wanita untuk memiliki harapan atas keberhasilan, namun perbedaan-perbedaan itu tidak besar.

Berbeda dengan laki-laki, Kotey (1994) menjelaskan bahwa nilai-nilai seperti kesetaraan, kasih sayang, perlindungan sosial dan kasih sayang, digambarkan sebagai konservatif dengan tipe strategi yang reaktif dan Schein (1973) umumnya terkait dengan keperempuanan. Sedangkan laki-laki yang identik dengan keperkasaan, bergelut di sektor publik, jantan, agresif digambarkan dengan tipe strategi yang proaktif.

Berdasarkan permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂. Pemilik/pengelola UKM laki-laki lebih proaktif dalam menjalankan strategi dari pada pemilik/pengelola UKM perempuan yang reaktif.

2.2.3. Hubungan Nilai Kewirausahaan terhadap Strategi

Menurut Kotey & Meredith 1997; Olson & Currie, 1992 (dalam Boohene, *et al.* 2008) dalam perusahaan kecil, pilihan strategi

diimplementasikan berdasar tujuan pribadi dan keinginan pemilik/pengelola yang didasarkan pada nilai-nilai pribadi mereka.

Hodgetts & Kuratko, 2001; Kickul & Gundry, 2002 (dalam Boohene, *et al.* 2008) berpendapat nilai-nilai pribadi yang terkait dengan strategi yang proaktif, sering disebut sebagai nilai-nilai kewirausahaan, meliputi kreativitas, pengambilan resiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan.

Sebaliknya, Kotey, 1994 (dalam Boohene, *et al.* 2008) berpendapat, nilai-nilai kesetaraan, kasih sayang, perlindungan sosial dan kasih sayang digambarkan sebagai strategi konservatif dan dengan terkait tipe yang reaktif. Dan, menurut Schein, hal tersebut umumnya terkait dengan keperempuanan.

Suhairi (2006) mengemukakan bahwa sifat kepribadian seorang wirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap strategi bisnis. Berdasarkan permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃. Nilai kewirausahaan secara positif mempengaruhi penerapan strategi yang dijalankan oleh pemilik/pengelola UKM menjadi lebih proaktif.

2.2.4. Hubungan Strategi terhadap Kinerja Usaha

Suryana (2001) menjelaskan bahwa pada usaha kecil, manajer yang mengoperasikan perusahaan adalah pemilik, majikan, dan investor yang mengambil berbagai keputusannya secara mandiri. Boohene *et. al*, (2008) mengemukakan bahwa kemampuan untuk merumuskan dan menerapkan strategi yang efektif memiliki pengaruh besar terhadap kelangsungan hidup atau kegagalan usaha kecil. Kinerja perusahaan pada gilirannya ditentukan oleh strategi-strategi yang diadopsi oleh pemilik/pengelola. Suryana (2006) berpendapat bahwa tidak dapat disangkal lagi bahwa kesinambungan hidup perusahaan sangat tergantung pada ketahanan wirausaha dalam meraih keunggulan bersaing melalui strategi yang dimilikinya.

Covin, *et al.*, 1990 (dalam Boohene, *et al.* 2008) literatur tentang strategi perencanaan dan kinerja perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang menginvestasikan waktu secara proaktif dalam mengembangkan strategi-strategi menunjukkan tingkat kinerja yang lebih tinggi dari pada perusahaan yang kurang proaktif dalam dalam mengembangkan strategi, tetapi bereaksi terhadap lingkungan mereka.

Suhairi (2006) menyimpulkan bahwa strategi bisnis juga mempunyai pengaruh positif terhadap prestasi perusahaan. Darmawan (2004) mengemukakan bahwa strategi tidak saja dibutuhkan oleh suatu organisasi yang menitikberatkan pada *profit oriented* saja, namun juga bagi organisasi *non-profit oriented* seperti rumah sakit, universitas, gereja,

pemerintah daerah, perpustakaan dan lembaga sosial lainnya. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi yang mempunyai strategi yang jelas atau formal, lebih unggul (*outperformed*) kinerjanya dibanding dengan organisasi tanpa atau tidak terformulasikan dengan jelas strateginya (reaktif).

Berdasarkan permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄. Strategi bisnis mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja UKM.

2.2.5. Hubungan Nilai Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha

Suhairi (2006) menyatakan bahwa sifat kepribadian seorang wirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap prestasi perusahaan. Sebaliknya, seseorang yang tidak mempunyai nilai kewirausahaan terdapat pengaruh negatif terhadap kinerja usaha.

Suhairi (2006) juga membuktikan bahwa sifat kepribadian seorang wirausaha mampu mempengaruhi variasi prestasi perusahaan. Sifat kepribadian yang tinggi seperti lokus pengawasan internal yang tinggi, kesediaan menanggung resiko yang tinggi, keperluan berprestasi yang tinggi, selalu berusaha untuk memperbaiki diri ke arah yang lebih baik dengan merubah tata cara mengelola usaha. Prestasi usaha yang dikelola oleh wirausaha yang memiliki sifat wirausaha yang tinggi akan lebih baik

dan tinggi dibanding dengan usaha yang dikelola oleh wirausaha yang memiliki sifat kepribadian wirausaha yang rendah.

Berdasarkan permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₅. Nilai kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja UKM.

2.2.6. Hubungan Gender terhadap Kinerja Usaha

Menurut Robbins (2007) bukti menunjukkan bahwa tempat terbaik untuk memulai adalah dengan pengakuan bahwa terdapat hanya sedikit, jika ada, perbedaan penting antara pria dan wanita yang akan mempengaruhi kinerja mereka. Penelitian-penelitian psikologis menunjukkan bahwa wanita lebih bersedia untuk mematuhi wewenang dan pria lebih agresif dan kemungkinan lebih besar dari pada wanita untuk memiliki harapan atas keberhasilan, namun perbedaan-perbedaan itu tidak besar.

Mulyanto (2006) menjelaskan bahwa gender dan kegiatan usaha seringkali tidak bisa diabaikan keterkaitannya. Beberapa jenis usaha sangat beraroma gender. Menurut Tambunan (2002) perempuan di UKM bekerja lebih keras dengan jam kerja yang lebih panjang dibandingkan rekan laki-laki mereka namun di pihak lain, perempuan sering juga dianggap kurang berani mengambil resiko, sehingga implikasinya adalah

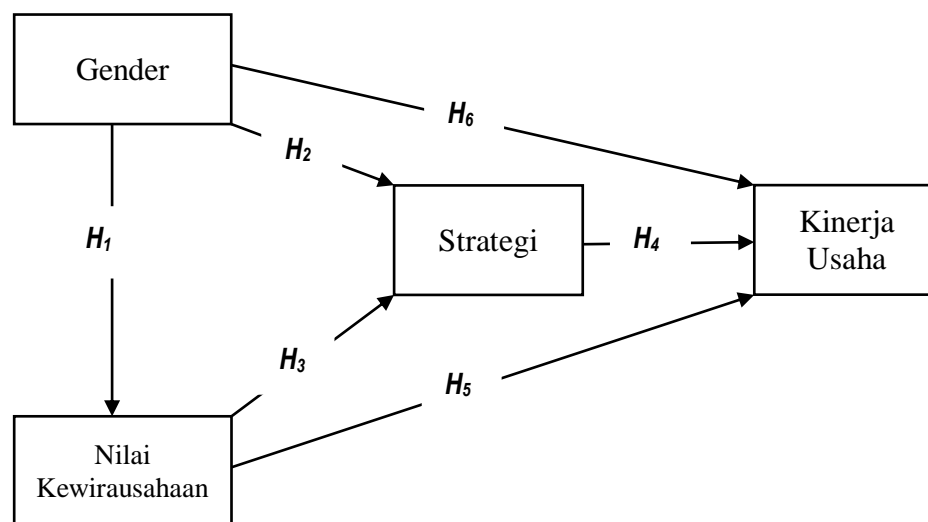
bahwa usaha-usaha yang dipimpin oleh perempuan bersifat kurang dinamik.

Berdasarkan permasalahan dan teori diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₆. Tingkat kinerja bisnis pemilik/pengelola UKM perempuan lebih rendah dari pada pemilik/pengelola UKM laki-laki.

Gambar berikut menyajikan model hubungan antara gender, nilai kewirausahaan, strategi, dengan kinerja usaha.

Gambar 2.1: Model hubungan gender, nilai kewirausahaan, strategi, dan kinerja usaha.



Sumber: Boohene, et.al. (2008).

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas tentang metoda penelitian, meliputi desain penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengukuran masing-masing variabel, serta pengujian instrumen penelitian dan hasil yang diperoleh, meliputi uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang akan digunakan untuk menguji hipotesis akan dibahas pada bagian akhir dalam bab ini.

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan empat variabel, yakni Gender, Nilai Kewirausahaan, Strategi, dan Kinerja Usaha. Keempat variabel tersebut diukur menggunakan instrumen penelitian yang dikembangkan oleh Boohene, *et. al.* (2008).

3.1.1. Gender

Gender dibedakan berdasarkan identitas biologis jenis kelamin yang melekat pada manusia, yakni laki-laki dan perempuan. Gender diukur menggunakan skala kategoris (*category scale*). Angka 0 untuk laki-laki dan 1 untuk perempuan.

Laki : 0 Perempuan: 1

3.1.2. Nilai Kewirausahaan

Hodgetts dan Kuratko (2001) Kickul dan Gundry (2002) menjelaskan bahwa nilai-nilai pribadi yang terkait dengan strategi proaktif, sering disebut sebagai nilai-nilai kewirausahaan, meliputi kreativitas,

pengambilan risiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi dan kemerdekaan (dalam Boohene, *et.al.* 2008). Nilai kewirausahaan memiliki 12 item pertanyaan, yaitu:

- | | |
|--------------------------|---------------------|
| 1. Pengambil Resiko | 7. Berkemampuan |
| 2. Pengembangan Diri | 8. Ulet |
| 3. Inovasi | 9. Mempunyai impian |
| 4. Kebutuhan berprestasi | 10. Logis |
| 5. Ambisius | 11. Tanggung jawab |
| 6. Wawasan luas | 12. Percaya diri |

Setiap instrumen variabel akan mendapatkan bobot penilaian dengan menggunakan skala likert dari 0 sampai 5. Skala Likert ini digunakan untuk mengukur respon subjek ke dalam poin skala dengan interval yang sama. Responden diminta memberikan pendapatnya mengenai pentingnya nilai kewirausahaan dalam menjalankan usahanya.

3.1.3. Strategi

Boohene *et. al*, (2008), Hulland (1999), dan Selvin's (1989) memberikan definisi strategi secara operasional adalah strategi bidang fungsional, yaitu: strategi perencanaan, strategi keuangan, strategi sumber daya manusia, strategi operasi, strategi pemasaran, dan strategi teknologi & informasi. Definisi operasional strategi dijabarkan dalam pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan strategi fungsional, yaitu:

1.1.3.1. Strategi Perencanaan

- 1) Menentukan tujuan bisnis.

- 2) Membuat keputusan dalam mencapai tujuan bisnis.
- 3) Membuat perubahan pada perencanaan bisnis.
- 4) Membandingkan kinerja dengan tujuan bisnis.

1.1.3.2. Strategi Keuangan

- 1) Menyimpan catatan sesuai kinerja bisnis.
- 2) Memeriksa dengan ketat pada catatan biaya.
- 3) Membandingkan kinerja bisnis (antara keuntungan & penjualan) dengan pesaing.
- 4) Membandingkan kinerja bisnis (antara keuntungan & penjualan) dengan rata-rata industri.

1.1.3.3. Strategi Sumber Daya Manusia

- 1) Menggunakan sumber media untuk merekrut karyawan
- 2) Menggunakan sejumlah teknik tertentu dalam memilih karyawan.
- 3) Memanfaatkan/menggunakan berbagai metode dalam menilai karyawan.
- 4) Memberikan variasi insentif untuk memotivasi karyawan.

1.1.3.4. Strategi Operasi

- 1) Membayar karyawan sesuai dengan upah minimum.
- 2) Membayar karyawan diatas gaji yang kompetitif.
- 3) Memelihara peralatan secara berkala.
- 4) Menjaga persediaan barang dengan aman.

1.1.3.5. Strategi Pemasaran

- 1) Mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.
- 2) Menyuruh pabrik memperbaiki produk.
- 3) Memperbaiki produk dalam pasaran.
- 4) Mencari cara lain untuk memperbaiki produk di pasaran.
- 5) Menjual dengan cara borongan.

1.1.3.6. Strategi Teknologi & Informasi

- 1) Menggunakan sistem aplikasi akuntansi.
- 2) Menggunakan sistem data base.
- 3) Menggunakan jaringan lokal.
- 4) Menggunakan jaringan luar.

Masing-masing pertanyaan diukur dengan menggunakan skala likert 0-5. Dari 'tidak pernah' sampai 'selalu' dalam menggunakan strategi fungsional tersebut diatas.

3.1.4. Kinerja Usaha

Kinerja usaha merupakan modifikasi dari keinginan untuk memenuhi tujuan bisnis, yaitu tingkat pentingnya tujuan-tujuan bisnis dengan penilaian atas tujuan-tujuan bisnis, yaitu kepuasan dengan pencapaian tujuan. Sembilan item definisi operasional kinerja usaha:

- a. Tingkat penjualan.
- b. Penciptaan lapangan kerja/job.

- c. Tingkat stabilitas usaha.
- d. Tingkat keuntungan.
- e. Kontribusi terhadap pengembangan/pembangunan masyarakat.
- f. Pertumbuhan organisasi.
- g. Industri *leadership* atau penguasaan pasar.
- h. Pendapatan untuk keluarga.
- i. Biaya operasi yang rendah.

Responden diminta menilai tujuan dari kinerja perusahaannya berdasarkan skala likert 0-5 mulai dari sangat rendah sampai sangat tinggi. Kemudian, responden diminta untuk menilai kinerja UKM yang dijalankannya. Dari mulai 1 : 'Sangat Tidak Puas' sampai 7 : 'Sangat Puas'.

Variabel kinerja usaha dihitung dengan mengkalikan antara tujuan dari kegiatan bisnis dengan penilaian atas kepuasan kinerja yang telah dilakukan oleh pemilik/pengelola UKM.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti (Hasan, 2002). Populasi penelitian ini adalah UKM yang terdapat di Kabupaten Kebumen. Populasi tersebut menurut Disperindagkop Kabupaten Kebumen diperkirakan 1.285 unit UKM.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2002). Menurut Jogiyanto (2004) bahwa sampel yang baik harus memenuhi dua buah kriteria, yaitu akurat dan presisi. Akurat adalah sampel yang tidak bias. Sedangkan presisi adalah kesalahan pengambilan sampel (*sampling error*) yang rendah. Rumus yang digunakan dalam menentukan banyaknya sampel dengan menggunakan rumus yang dikembangkan oleh Yamane (1976) dalam Pramono (2007), Supramono dan Utami (2003), Hasan (2002) yaitu;

$$n = \frac{N}{(Nd^2) + 1}$$

$$n = \frac{1285}{(1285)(0.05)^2 + 1}$$

$$n = 305.04$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

d : tingkat presisi $\pm 5\%$ dengan tingkat kepercayaan 95%

Oleh karena itu, penelitian ini pengambilan sampel sebanyak 305 unit UKM. Sebanyak 15 usaha berskala menengah sedangkan sisanya adalah berskala kecil. Sebanyak 214 sampel adalah sampel pemilik/pengelola laki-laki. Sedangkan sebanyak 91 adalah sampel berjenis kelamin perempuan.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari setiap responden dengan teknik survei. Responden merupakan pemilik/pengelola UKM

yang terdaftar pada Disperindagkop Kabupaten Kebumen dan pemilik/pengelola yang tidak terdaftar pada Disperindagkop Kabupaten Kebumen per 2009.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Jogiyanto (2004) menjelaskan bahwa pengambilan bertujuan (*purposive sampling*) dilakukan dengan mengambil sampel berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah kriteria usaha kecil dan menengah menurut UU No. 9 tahun 1995 yang tercatat pada Disperindagkop Kabupaten Kebumen sebanyak 154 unit usaha. Akan tetapi, karena daftar perusahaan yang tercatat pada Disperindagkop sebanyak 154 UKM maka teknik pengambilan sampel selanjutnya menggunakan metode “*snowball*” dengan ketentuan memenuhi kriteria berdasarkan UU No. 9 tahun 1995 sebagai acuan yang digunakan Disperindagkop Kabupaten Kebumen. Pengambilan sampel secara bola salju (*snowball sampling*) dilakukan dengan mengumpulkan sampel dari responden yang berasal dari referensi suatu jaringan (Jogiyanto, 2004). Maka dalam penelitian ini menggunakan jaringan para pelaku UKM Kabupaten Kebumen sebagai referensi dalam menentukan sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik survei untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah seperangkat pertanyaan yang telah disusun secara sistematis diatas kertas dan pada lembar itu pula responden memilih jawabannya. Untuk mendapatkan data ini, peneliti menggunakan

kuesioner yang disusun berdasarkan kerangka yang telah dikembangkan oleh Boohene, *et. al.* (2008).

3.5. Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode Analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan regresi bertahap. Analisis jalur (*path analysis*) merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji hubungan kausal antara dua atau lebih variabel (Imam dan Fuad, 2008). Maka asumsi yang digunakan dalam analisis jalur (Solimun, 2002), yaitu:

1. Hubungan antar variabel bersifat linear.
2. Model penelitian memiliki hubungan kausalitas dengan panah satu arah (*recursive model*).
3. Variabel endogen minimal dalam skala interval.
4. Instrumen penelitian harus reliabel dan valid.
5. Model penelitian sesuai dengan teori dan konsep.

Model persamaan dari regresi bertahap adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 NK &= f(G) & \rightarrow & \quad NK &= \alpha_1 + \lambda_1 G + e \\
 S &= f(G, NP) & \rightarrow & \quad S &= \alpha_2 + \lambda_2 G + \beta_1 NK + e \\
 KU &= f(G, S, NK) & \rightarrow & \quad KU &= \alpha_3 + \lambda_3 G + \beta_2 NK + \beta_3 S + e
 \end{aligned}$$

Keterangan:

NK : Nilai Kewirausahaan

S : Strategi

KU : Kinerja Usaha

3.6. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

Tabel 3.1 *Tahap penelitian*

Bulan:	September 2010						
	<i>Senin</i>	<i>Selasa</i>	<i>Rabu</i>	<i>Kamis</i>	<i>Jum'at</i>	<i>Sabtu</i>	<i>Minggu</i>
<i>Minggu I</i>		1	2	3	4	5	6
<i>Minggu II</i>	7	8	9	10	11	12	13
<i>Minggu III</i>	14	15	16	17	18	19	20
<i>Minggu IV</i>	21/28	22/29	23/30	24	25	26	27
Bulan:	Oktober						
	<i>Senin</i>	<i>Selasa</i>	<i>Rabu</i>	<i>Kamis</i>	<i>Jum'at</i>	<i>Sabtu</i>	<i>Minggu</i>
<i>Minggu I</i>		1	2	3	4	5	6
<i>Minggu II</i>	7	8	9	10	11	12	13
<i>Minggu III</i>	14	15	16	17	18	19	20
<i>Minggu IV</i>	21/28	22/29	23/30	24/31	25	26	27
Bulan:	November						
	<i>Senin</i>	<i>Selasa</i>	<i>Rabu</i>	<i>Kamis</i>	<i>Jum'at</i>	<i>Sabtu</i>	<i>Minggu</i>
<i>Minggu I</i>		1	2	3	4	5	6
<i>Minggu II</i>	7	8	9	10	11	12	13
<i>Minggu III</i>	14	15	16	17	18	19	20
<i>Minggu IV</i>	21/28	22/29	23/30	24	25	26	27
Bulan:	Desember						
	<i>Senin</i>	<i>Selasa</i>	<i>Rabu</i>	<i>Kamis</i>	<i>Jum'at</i>	<i>Sabtu</i>	<i>Minggu</i>
<i>Minggu I</i>		1	2	3	4	5	6
<i>Minggu II</i>	7	8	9	10	11	12	13
<i>Minggu III</i>	14	15	16	17	18	19	20
<i>Minggu IV</i>	21/28	22/29	23/30	24/31	25	26	27
	: Studi pendahuluan terhadap instrument penelitian						
	: Penyebaran kuesioner						
	: Rekap & Analisis data						
	: Pelaporan hasil penelitian						